

เฮงเค็ลเผยผลประกอบการไตรมาสที่สองมีความแข็งแกร่ง



- ยอดขายอยู่ที่ 4,654 ล้านยูโร: ยอดขายปกติ +3.2 เปอร์เซ็นต์ (เปลี่ยนแปลง: -0.9 เปอร์เซ็นต์)
- ตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่มียอดขายเติบโต: ยอดขายปกติ +6.1%
- กำไรจากการดำเนินงาน*: +6.6 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 819 ล้านยูโร
- ผลกำไรต่อหุ้นบริสุทธิ์* (EPS): +8.5 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 1.40 ยูโร
- กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี* เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งมาก: +120 จุดไปอยู่ที่ 17.6 เปอร์เซ็นต์
- ยกระดับการประเมินกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี* ประจำปี

ดุษเชลคอสล์ฟ – “เฮงเค็ลมีผลประกอบการทางธุรกิจที่แข็งแกร่งในไตรมาสที่สองของปีนี้ ยอดขายปกติมีการเติบโตอย่างมั่นคง โดยได้แรงสนับสนุนจากพัฒนาการในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ และการขยายตัวในแดนบวกของตลาดเศรษฐกิจอิมัตัว เรายังสามารถเพิ่มทั้งผลกำไรและประสิทธิภาพในการสร้างกำไรให้สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ผลกำไรต่อหุ้นบริสุทธิ์เพิ่มขึ้น 8.5 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 1.40 ยูโร และผลตอบแทนจากการขายหลังจากปรับปรุงเพิ่มขึ้นเป็น 17.6 เปอร์เซ็นต์ซึ่งเป็นสถิติใหม่สำหรับเฮงเค็ล พัฒนาการที่ยอดเยี่ยมของเฮงเค็ลได้แรงขับเคลื่อนจากทั้งสามกลุ่มธุรกิจ” ฮานส์ แวน ไบเลน ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของเฮงเค็ลกล่าว “ผมขอขอบคุณพนักงานทั่วโลกที่ช่วยส่งเสริมให้เราแสดงผลประกอบการที่แข็งแกร่งในไตรมาสที่สอง”

“เรายังมีความยินดีอย่างยิ่งที่ได้เข้าซื้อกิจการของเดอะ ชัน โปรดัคส์ คอร์ปอเรชั่น เราบรรลุข้อตกลงในไตรมาสที่สองซึ่งจะสร้างการเปลี่ยนแปลงให้ธุรกิจของเรามุ่งสู่ความก้าวหน้าในอเมริกาเหนือซึ่งเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีความสำคัญที่สุดของเฮงเค็ลทั่วโลก เมื่อเราเสร็จสิ้นการซื้อกิจการครั้งนี้ เราจะขึ้นเป็นอันดับสองในตลาดชกกลางของสหรัฐอเมริกา”

สำหรับปีงบประมาณปัจจุบัน แวน ไบเลนกล่าวว่า “เรากำลังเผชิญกับสภาพตลาดที่มีความท้าทายเพิ่มขึ้น เศรษฐกิจโลกมีการเติบโตในระดับปานกลาง อัตราการขยายตัวอยู่ในภาวะชะลอตัว มีความไม่แน่นอนในตลาด และความเคลื่อนไหวด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นผลดี เรามีความมุ่งมั่นสู่เป้าหมายอันทะเยอทะยานของเราและให้ความสำคัญกับการยกระดับศักยภาพด้านนวัตกรรมของเรา แบรินด์ที่แข็งแกร่งของเรา และตำแหน่งผู้นำตลาดของเรา”

ยกระดับการประเมินกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีหลังการปรับปรุงประจำปี

“สำหรับตลอดทั้งปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 เรายังคงคาดว่ายอดขายแบบปกติจะมีอัตราเติบโตอยู่ที่ราว 2 – 4 เปอร์เซ็นต์ และกำไรต่อหุ้นบริสุทธิหลังการปรับปรุงจะเติบโตอยู่ระหว่าง 8 และ 11 เปอร์เซ็นต์ สำหรับกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีหลังการปรับปรุง เราคาดหวังว่าจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 16.5 เปอร์เซ็นต์ ก่อนหน้านี้ เราคาดไว้ว่าตัวเลขจะอยู่ที่ประมาณ 16.5 เปอร์เซ็นต์” แวน ไบเลนกล่าว

ยอดขายและกำไรในไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2559

ในไตรมาสที่สองของปี 2559 ยอดขายปกติของเฮงเคิล หลังการปรับปรุงตามอัตราแลกเปลี่ยน การเข้าซื้อกิจการ การลดการลงทุน เพิ่มขึ้น 3.2 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายลดลง 0.9 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 4,654 ล้านยูโรเนื่องจากผลกระทบด้านลบจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ 5.3 เปอร์เซ็นต์

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน มีการเติบโตของยอดขายแบบปกติที่ 5.3 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายแบบปกติของกลุ่มธุรกิจเพื่อความงามเติบโตอย่างมั่นคง 2.1 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีการมียอดขายปกติเติบโตอย่างมั่นคงเช่นกันที่ 2.6 เปอร์เซ็นต์

หลังพิจารณารายได้ที่เกิดขึ้นแบบครั้งเดียว ค่าใช้จ่ายแบบครั้งเดียวและค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้างพบว่ากำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุง (EBIT) เพิ่มขึ้น 6.6 เปอร์เซ็นต์ จาก 768 ล้านยูโรไปอยู่ที่ 819 ล้านยูโร ผลกำไรจากการดำเนินงานขยายตัว 5.8 เปอร์เซ็นต์ จาก 715 ล้านยูโรเป็น 757 ล้านยูโร

ผลตอบแทนจากยอดขายหลังปรับปรุง (EBIT margin) เพิ่มขึ้น 1.2 เปอร์เซ็นต์เป็น 17.6 เปอร์เซ็นต์ ผลตอบแทนจากยอดขายเพิ่มขึ้นจาก 15.2 เปอร์เซ็นต์ เป็น 16.3 เปอร์เซ็นต์

ผลประกอบการของเฮงเคิลเพิ่มขึ้นจาก -11 ล้านยูโรในไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2558 ไปอยู่ที่ -1 ล้านยูโรในไตรมาสที่ผ่านมา อันเนื่องมาจากการปรับปรุงดอกเบี้ยสุทธิ และผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดีขึ้น อัตราภาษีอยู่ที่ 24.3 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับ 24.6 เปอร์เซ็นต์ของไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้า

รายได้สุทธิหลังการปรับปรุงสำหรับไตรมาสที่สอง หลังการหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้แล้วเพิ่มขึ้น 8.8 เปอร์เซ็นต์ จาก 558 ล้านยูโรเป็น 607 ล้านยูโร รายได้สุทธิของไตรมาสนี้เพิ่มขึ้น 7.7 เปอร์เซ็นต์ จาก 531 ล้านยูโรเป็น 572 ล้านยูโร เมื่อหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้ 11 ล้านยูโรแล้ว รายได้สุทธิประจำไตรมาสเพิ่มขึ้นเป็น 561 ล้านยูโร (ไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า 521 ล้านยูโร)

ส่วนกำไรสุทธิต่อหุ้นบริสุทธิหลังการปรับปรุง (EPS) เพิ่มขึ้น 8.5 เปอร์เซ็นต์จาก 1.29 ยูโร เป็น 1.40 ยูโร ขณะที่การรายงานกำไรสุทธิต่อหุ้นบริสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 1.20 ยูโรเป็น 1.30 ยูโร

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนสุทธิต่อยอดขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่ 1.3 เปอร์เซ็นต์เป็น 5.3 เปอร์เซ็นต์

ผลประกอบการที่แข็งแกร่งในช่วงครึ่งแรกของปี 2559

ในครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2559 เสงเคิลมียอดขายปกติเติบโตเพิ่มขึ้นที่ 3.1 เปอร์เซ็นต์ หลังจากปรับปรุงอัตราแลกเปลี่ยน การเข้าซื้อกิจการและถอนการลงทุน โดยทุกกลุ่มธุรกิจของเฮงเคิลมีส่วนช่วยในการเติบโต ยอดขายลดลงเล็กน้อย 0.2 เปอร์เซ็นต์ด้วยมูลค่า 9,110 ล้านยูโรเนื่องจากผลกระทบด้านลบจากอัตราแลกเปลี่ยน

กำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้น 6.4 เปอร์เซ็นต์จาก 1,475 ยูโรไปอยู่ที่ 1,570 ล้านยูโร ผลตอบแทนจากการขายหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นจาก 16.2 เปอร์เซ็นต์เป็น 17.2 เปอร์เซ็นต์ หลังจากหักดอกเบี้ยที่ควบคุมไม่ได้ รายได้สุทธิหลังการปรับปรุงในช่วงครึ่งปีแรกเพิ่มขึ้น 8.2 เปอร์เซ็นต์จาก 1,068 ล้านยูโรเป็น 1,156 ล้านยูโร

ผลกำไรต่อหุ้นบุริมสิทธิหลังการปรับปรุง (EPS) เพิ่มขึ้น 8.1 เปอร์เซ็นต์หรือ 20 ยูโรเซ็นต์จาก 2.47 ยูโรเป็น 2.67 ยูโร

สถานะทางการเงินสุทธิของเฮงเคิลเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2559 อยู่ที่ -118 ล้านยูโร (โดยในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 อยู่ที่ 335 ล้านยูโร) การเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับช่วงสิ้นปี พ.ศ. 2558 ส่วนใหญ่แล้วเกิดจากการจ่ายเงินปันผลและการซื้อกิจการ

ผลประกอบการของกลุ่มธุรกิจในไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2559

ในไตรมาสที่สองของปี 2559 กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ประสบความสำเร็จในการขยายช่องทางเติบโตของผลกำไร ยอดขายปกติมีการเติบโต 5.3 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับปีที่แล้วซึ่งเหนือกว่าการเติบโตของหลายตลาดสำคัญ ยอดขายเพิ่มขึ้น 2.4 เปอร์เซ็นต์เป็น 1,345 ล้านยูโร (ไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วอยู่ที่ 1,314 ล้านยูโร)

การเติบโตของยอดขายปกติที่แข็งแกร่งได้แรงขับเคลื่อนหลักมาจากตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ ภูมิภาคเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) มีการเติบโตสองหลัก ภูมิภาคยุโรปตะวันออกและลาตินอเมริกามียอดขายที่เติบโตอย่างมั่นคงซึ่งทำให้มีผลประกอบการที่ดี แอฟริกาและตะวันออกกลางรายงานการเติบโตที่แข็งแกร่งมากภายใต้สภาพตลาดที่ท้าทายและยากลำบาก ยอดขายในตลาดเศรษฐกิจอิมตัวมีความเข้มแข็ง ยอดขายในอเมริกาเหนือเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งมากเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว ขณะที่ยุโรปตะวันตกมียอดขายในแดนบวกท่ามกลางการแข่งขันที่เข้มข้น

กำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน เพิ่มขึ้น 8.4 เปอร์เซ็นต์เป็น 244 ล้านยูโร ขณะที่ผลตอบแทนต่อยอดขายที่ปรับปรุงแล้วเพิ่มขึ้นอย่างยอดเยี่ยมที่ 18.1 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมากกว่าไตรมาสที่สองของปี 2558 ถึง 1.0 เปอร์เซ็นต์ กำไรจากการดำเนินงานมีการขยายตัว 10.3 เปอร์เซ็นต์ จาก 198 ล้านยูโรไปอยู่ที่ 218 ล้านยูโร

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อความงามมีการเติบโตอย่างมีผลกำไรมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในไตรมาสที่สองของปี 2559 ยอดขายตามปกติขยายตัว 2.1 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายมีมูลค่า 988 ล้านยูโร ขณะที่ไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้ามี ยอดขาย 1,006 ล้านยูโร

กลุ่มธุรกิจนี้ยังคงประสบความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ด้วยยอดขายแบบปกติที่เติบโต อย่างแข็งแกร่งมาก โดยเฉพาะยุโรปตะวันออกและลาตินอเมริกาที่มียอดขายเติบโตสองหลักซึ่งช่วยให้มีผลประกอบการที่ดี ยอดขายในแอฟริกาและตะวันออกกลางต่ำกว่าระดับของไตรมาสที่สองในปี 2558 ขณะที่เอเชีย (ไม่รวม ญี่ปุ่น) มียอดขายเติบโตแข็งแกร่ง ผลประกอบการยอดขายในตลาดเศรษฐกิจอิมิตัวต่ำกว่าระดับของไตรมาส เดียวกันของปีก่อนหน้าเล็กน้อย อันเนื่องมาจากการแข่งขันที่ยังคงดุเดือดอย่างต่อเนื่องและแรงกดดันด้านราคาที่ยืด แรง ยอดขายในยุโรปตะวันตกและตลาดเศรษฐกิจอิมิตัวในเอเชีย-แปซิฟิกต่ำกว่าระดับของไตรมาสที่สองในปี 2558 อเมริกาเหนือมีการเติบโตของยอดขายที่มั่นคง

กำไรจากการดำเนินงานหลังการปรับปรุงของธุรกิจเพื่อความงามเพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงที่ 3.6 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 172 ล้านยูโร ผลตอบแทนต่อยอดขายหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งมาก 0.9 เปอร์เซ็นต์เป็นสถิติใหม่ที่ 17.4 เปอร์เซ็นต์ กำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 2.0 เปอร์เซ็นต์เป็น 162 ล้านยูโร

กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีการ มียอดขายแบบปกติเติบโตอย่างแข็งแกร่ง 2.6 เปอร์เซ็นต์ในไตรมาสที่สอง ยอดขายมี มูลค่า 2,290 ล้านยูโร โดยไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วอยู่ที่ 2,343 ล้านยูโร

ตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ยังคงประสบความสำเร็จด้วยยอดขายปกติที่มีการเติบโตมั่นคง ยอดขายปกติในทั้งภูมิภาค ลาตินอเมริกาและยุโรปตะวันออกขยายตัวด้วยตัวเลขสองหลัก ยอดขายในแอฟริกา/ตะวันออกกลางเติบโตอย่าง แข็งแกร่ง ขณะที่ในเอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่น) ยอดขายต่ำกว่าระดับของไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้าเล็กน้อย เนื่องจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในจีน ยอดขายในตลาดเศรษฐกิจอิมิตัวในภาพรวมยังคงอยู่ในแดนบวก ธุรกิจยุโรป ตะวันตกมีการขยายตัวที่มั่นคง อย่างไรก็ตาม ยอดขายในตลาดอิมิตัวของเอเชีย-แปซิฟิกยังคงต่ำกว่าในไตรมาส สองของปี 2559 ด้านอเมริกาเหนือมียอดขายต่ำกว่าระดับเดียวกันของไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า กำไรจาก การดำเนินงานหลังการปรับปรุงของกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีการเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งมากเมื่อเทียบกับปีที่แล้วโดยอยู่ ที่ 7.1 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 426 ล้านยูโร ผลตอบแทนจากการขายหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นอย่างยอดเยี่ยม 1.6 เปอร์เซ็นต์เป็นสถิติใหม่ที่ 18.6 เปอร์เซ็นต์ รายงานผลกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น 3.7 เปอร์เซ็นต์เป็น 403 ล้านยูโร

ผลประกอบการระดับภูมิภาคในไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2559

ในสภาพตลาดที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ยอดขายปกติของเฮงเค็ลในยุโรปตะวันตกเพิ่มขึ้น 1.1 เปอร์เซ็นต์ โดย เฉพาะทางตอนใต้ของยุโรปรวมถึงอังกฤษที่มีผลประกอบการแข็งแกร่งมาก ยอดขายในฝรั่งเศสและเบเนลักซ์ลดลง ยอดขายปกติในภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้น 1.4 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 1,585 ล้านยูโร ด้านยุโรปตะวันออก มียอดขายปกติ

เติบโต 9.7 เปอร์เซ็นต์ในสภาพตลาดที่มีความท้าทาย โดยได้แรงขับเคลื่อนหลักมาจากธุรกิจไนรัสเซียม ตุรกี และโปแลนด์ ยอดขายในภูมิภาคนี้รวมอยู่ที่ 698 ล้านยูโร (ไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้าอยู่ที่ 707 ล้านยูโร) การเติบโตของแอฟริกา/ตะวันออกกลางยังคงได้ผลกระทบจากความไม่สงบทางภูมิศาสตร์การเมืองในบางประเทศ อย่างไรก็ตาม ยอดขายปกติเติบโตที่ 4.4 เปอร์เซ็นต์ ยอดขายมีมูลค่า 333 ล้านยูโร เทียบกับไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2558 ซึ่งอยู่ที่ 342 ล้านยูโร

อเมริกาเหนือมียอดขายปกติเติบโต 1.8 เปอร์เซ็นต์ มูลค่ายอดขาย 932 ล้านยูโรซึ่งใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า (ไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วอยู่ที่ 934 ล้านยูโร) ยอดขายปกติในลาตินอเมริกาเพิ่มขึ้นสองหลักที่ 11.0 เปอร์เซ็นต์ ด้วยผลประกอบการทางธุรกิจไนเม็กซิโกที่ช่วยส่งเสริมการขายตัว ยอดขายมีมูลค่า 266 ล้านยูโร ขณะที่ไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้วอยู่ที่ 292 ล้านยูโร ยอดขายปกติในเอเชีย-แปซิฟิกเพิ่มขึ้น 0.4 เปอร์เซ็นต์ การเติบโตของยอดขายปกติส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากธุรกิจในอินเดียและเกาหลีใต้ ขณะที่ธุรกิจในจีนปรับตัวลดลง มูลค่ายอดขาย 808 ล้านยูโรต่ำกว่าไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2558 (826 ล้านยูโร)

ด้วยการเติบโตของยอดขายปกติที่ได้แรงขับเคลื่อนมาจากทั้งสามกลุ่มธุรกิจ ตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ ยังคงมีการเติบโตปกติที่เหนือกว่าค่าเฉลี่ยอีกครั้งที่ 6.1 เปอร์เซ็นต์ ผลกระทบด้านลบจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทำให้ยอดขายลดลง 4.0 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 1,964 ล้านยูโร ขณะที่ส่วนแบ่งยอดขายของตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่อยู่ที่ 42 เปอร์เซ็นต์ซึ่งต่ำกว่าไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2558 เล็กน้อย ด้านตลาดเศรษฐกิจอิมตัวมียอดขายปกติเพิ่มขึ้น 1.0 เปอร์เซ็นต์ไปอยู่ที่ 2,659 ล้านยูโร

การประเมินภาพรวมธุรกิจของเฮงเคิล กรุ๊ป ในปี พ.ศ. 2559

เฮงเคิลได้ปรับการคาดการณ์ธุรกิจประจำปีงบประมาณ 2559 เฮงเคิลคาดว่ายอดขายปกติจะเติบโตที่ 2 – 4 เปอร์เซ็นต์ โดยแต่ละกลุ่มธุรกิจจะสร้างการเติบโตอยู่ในระดับดังกล่าว สำหรับส่วนแบ่งยอดขายในตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ เฮงเคิลคาดการณ์ว่าจะลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าเนื่องจากผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน สำหรับผลตอบแทนยอดขายหลังการปรับปรุง (EBIT) เฮงเคิลคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 16.5 เปอร์เซ็นต์ และผลตอบแทนยอดขายหลังการปรับปรุงของแต่ละกลุ่มธุรกิจจะมากกว่าปีก่อนหน้า เฮงเคิลคาดว่ากำไรสุทธิต่อหุ้นนอร์มลิทึร์หลังการปรับปรุงจะเพิ่มขึ้นระหว่าง 8 และ 11 เปอร์เซ็นต์